

Umberto Eco

"Es profundamente injusto encasillar las actitudes humanas —con todas sus variedades y todos sus matices— en dos conceptos genéricos y polémicos como son «apocalíptico» e «integrado». Ciertas cosas se hacen porque la titulación de un libro tiene sus exigencias (se trata, como veremos, de industria cultural, pero intentaremos especificar también que este término tiene aquí el significado más «descongestionado» posible); y ciertas cosas se hacen también porque, si se quiere anteponer una exposición preliminar a los ensayos que siguen, se impondrá necesariamente la identificación de algunas líneas metodológicas generales: y para definir aquello que no se quisiera hacer, resulta cómodo tipificar en extremo una serie de elecciones culturales, que naturalmente se prestan a ser analizadas con mayor concreción y serenidad. Pero esto incumbe a los diversos ensayos y no a una introducción. Por otra parte, reprochamos precisamente a los que definimos como apocalípticos o como integrados el hecho de haber difundido igual cantidad de conceptos genéricos—«conceptos fetiche»—y de haberlos utilizado como cabeza de turco en polémicas estériles o en operaciones mercantiles de las que diariamente todos nos nutrimos." Eco, Apocalípticos e integrados

Quizá represente Umberto Eco el paradigma del intelectual actual: experto en el medioevo transformado en semiólogo, autor de textos teóricos que son alimento de intensos debates en los claustros universitarios, pero a la vez, un escritor de ficciones que hallaron un interesante lugar en la industria cultural.

Repasaremos brevemente, algunas de sus principales propuestas a través de sus obras más difundidas.

Cultura de Masas

Hacia la segunda mitad del siglo XX, posiciones encontradas comienzan a debatir respecto a la aparición de multitudes en la vida social, lo cual a partir de las tecnologías de la comunicación, se transformó en un fenómeno evidente y perdurable. La industria cultural, irrumpe en el escenario con novedosas propuestas, por cierto, en muchos casos, más que cuestionables. Surge pues, el concepto de cultura de masas, término ambiguo que pretende incluir los medios de comunicación audiovisuales (radio, cine y TV), como a la gráfica (diarios y revistas) y a la industria editorial (Best sellers, literatura de consumo masivo).

En este contexto, los medios ponen los bienes culturales al alcance de todos, adecuando el contenido muchas veces, al "nivel" del receptor, esto es, haciendo que la asimilación sea más simple e incluso superficial. Este proceso de "adaptación" de los contenidos, se traduce en una extensión del campo cultural.

Surge entonces, la necesidad de contextualizar la cultura de masas: es imposible conocerla si se pasa por alto que los medios de comunicación se desarrollan en el momento exacto en que las grandes masas comienzan a ser

protagonistas de la vida pública, imponiendo así un lenguaje propio y exigencias particulares. Sin embargo, Eco apuntará que el modo de divertirse, de pensar, de imaginar de las clases populares es inducido por los medios y responde a los modos de pensar de la clase dominante. Y en este sentido, los medios proponen situaciones que no tienen ninguna conexión con la realidad de los consumidores. En síntesis, la cultura de masas ofrece expresiones culturales de la burguesía a los sectores populares.

Críticas a la cultura de masas

1. Como se dirige a un público muy amplio, y con el objetivo de satisfacer sus expectativas, evita propuestas originales que puedan disgustar a algún sector en particular.
2. Como es un mensaje designado a una clase de tipo homogénea, tiende a neutralizar las diferencias particulares de cada grupo étnico.
3. No promueve modificaciones en la sensibilidad o el gusto de las masas.
4. No fomenta la reflexión, alimentando emociones superficiales e inmediatas.
5. Los consumidores están sometidos a las leyes de oferta y demanda.
6. Ofrece al público únicamente lo que éste desea, o peor aún, le sugiere lo que debe desear.
7. Elimina las diferencias entre las elaboraciones de la cultura de élite y la industria del espectáculo y el entretenimiento.
8. Estimula una perspectiva pasiva y poco crítica.
9. Opera en el plano de las opiniones comunes en base al reesfuerzo existente previamente en el seno de la sociedad.
10. Propicia el conformismo.
11. La clase dominante suele utilizarla como vehículo del control social.
12. Utiliza modelos impuestos verticalmente para impedir el ascenso y progreso de las masas.

Beneficios de la cultura de masas

1. Un amplio grupo social participa con igualdad de derechos en la vida pública, el consumo, disfrutando de las comunicaciones disponibles.
2. La acumulación de información que ofrecen los medios masivos de comunicación, incrementa la formación e incentiva la reflexión.

3. La homogeneización del gusto permite que ciertas diferencias de clases se eliminen, unificando sensibilidades nacionales.
4. Favorecen la divulgación de información, estimulando la curiosidad y ansias de saber en sectores antes marginados.
5. El hombre contemporáneo puede acceder a aspectos del mundo que antes sólo eran patrimonio de una elite.
6. Colaboran en la renovación cultural, mediante la aparición de nuevos modos de hablar y la incorporación de novedosos lenguajes artísticos.

Apocalípticos e Integrados

Según la perspectiva de Eco, para la aristocracia, la idea de compartir la cultura de modo tal que pueda llegar y ser apreciada por todos es un contrasentido, por lo tanto, no se trataría de una cultura sino de una "anticultura". Por el contrario, aquellos que aceptan el fenómeno, sostienen que gracias a él es posible acercar a las grandes masas, manifestaciones artísticas a las que antes estaban marginados. Los aristócratas serán pues, los pesimistas, o los apocalípticos mientras que los optimistas, serán llamados integrados. Veámoslo pues, en sus propias palabras:

Los apocalípticos

Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre (Heráclito: «¿Por qué queréis arrastrarme a todas partes oh ignorantes? Yo no he escrito para vosotros, sino para quien pueda comprenderme. Para mí, uno vale por cien mil, y nada la multitud»), la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la «cultura de masas» no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis."Eco, Op. cit.

Los integrados

"En contraste, tenemos la reacción optimista del integrado. Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el Reader's Digest ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura «popular». Que esta cultura surja de lo bajo

o sea confeccionada desde arriba para consumidores indefensos, es un problema que el integrado no se plantea. En parte es así porque, mientras los apocalípticos sobreviven precisamente elaborando teorías sobre la decadencia, los integrados raramente teorizan, sino que prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles. El Apocalipsis es una obsesión del disenter, la integración es la realidad concreta de aquellos que no disienten. La imagen del Apocalipsis surge de la lectura de textos sobre la cultura de masas; la imagen de la integración emerge de la lectura de textos de la cultura de masas. Pero, ¿hasta qué punto no nos hallamos ante dos vertientes de un mismo problema, y hasta qué punto los textos apocalípticos no representan el producto más sofisticado que se ofrece al consumo de masas? En tal caso, la fórmula «apocalípticos e integrados» no plantearía la oposición entre dos actitudes (y ambos términos no tendrían valor substantivo) sino la predicación de dos adjetivos complementarios, adaptables a los mismos productores de una «crítica popular de la cultura popular».. "Eco, Op. cit.

Eco considera pues, que el error de los integrados es defender al extremo la cultura de masas creyendo que la multiplicación de los productos culturales es buena en sí misma, esto es, carecen de una actitud crítica que considere la posibilidad de buscar nuevas orientaciones. Por otra parte, los apocalípticos confían que es posible proporcionar una cultura que evite el condicionamiento industrial. Esto sería un error, puesto que no tiene sentido considerar que la cultura de masas es mala solo por el hecho de que sea industrial.

El kitsch: la estética del mal gusto

Una de las características de la cultura de masas está basada en la estética kitsch. Este estilo, podría describirse del siguiente modo:

1. Toma procedimientos de la vanguardia artística, esto es, de las expresiones artísticas más innovadoras, y los "adapta" a un nivel accesible a las grandes masas. Esto es que, simplifica y superficializa la manifestación artística para ampliar las audiencias.
2. Tales procedimientos son empleados solo cuando las vanguardias se han difundido lo suficiente hasta ser aceptadas (es decir, cuando dejaron de ser innovadoras), de esta forma, se evita el riesgo de rechazo.

Ejemplo

Programas de televisión que imitan el montaje rápido y fragmentado de las películas de Quentin Tarantino (Tiempos Violentos), quien es considerado un cineasta vanguardista.

3. El kitsch busca siempre un efecto inmediato y fácil, para lo cual, apela a los lugares comunes, éstos son imágenes y palabras de reconocida efectividad. De esta forma, recurre a la redundancia, insistiendo con un mismo recurso.

Ejemplo

En las telenovelas, a través de la sobreactuación, musicalización para el efecto "romántico". O en el cancionero romántico, el abuso de frases y palabras tenidas por "románticas".

4. Pretende engañar al consumidor pasando tales productos por manifestaciones artísticas genuinas, cuando en realidad, solo se trata de versiones vulgarizadas.

5. Como el consumidor cree haber accedido a la cultura, el kitsch cumple una función "tranquilizadora" que desvía el interés por otro tipo de inquietudes.

Ejemplo

Productos televisivos retendidamente "culturales" que son producidos industrialmente y no representan manifestaciones artísticas.